

0-775343

*На правах рукописи*



Хахалина Марина Юрьевна

**СТРАТЕГИИ РЕКОНСТРУКЦИИ МЕНТАЛЬНОГО ОБРАЗА  
СИТУАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ШУТКИ)**

Специальность 10.02.19 – теория языка

**АВТОРЕФЕРАТ**

диссертации на соискание ученой степени  
кандидата филологических наук

Курск 2009

Работа выполнена в Курском государственном университете

**Научный руководитель:** доктор филологических наук, профессор  
Сазонова Татьяна Юрьевна

**Официальные оппоненты:** доктор филологических наук, профессор  
Мягкова Елена Юрьевна

кандидат филологических наук, профессор  
Провоторов Валерий Иванович

**Ведущая организация:** Тверской государственный университет

Защита состоится 26 февраля 2009 г. в 11 ч. 30 мин. на заседании объединенного  
диссертационного совета ДМ 212.104.02 при Курском государственном университете  
по адресу: 305000, г.Курск, ул.Радищева, 33

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке Курского  
государственного университета

Автореферат разослан «19» января 2009 г.

Ученый секретарь объединенного  
диссертационного совета

И.С. Климас

НАУЧНАЯ БИБЛИОТЕКА КГУ



0000545627

Реферируемое диссертационное исследование посвящено рассмотрению стратегий реконструкции ментального образа ситуации, заданной юмористическим текстом, в частности шуткой. При рассмотрении подобных стратегий центральное место занимают понятия восприятия и понимания, изучение которых затруднено ввиду скрытого характера их протекания. Отечественные исследования понимания основываются на фундаментальных трудах Л.С. Выготского, Н.И. Жинкина, А.Р. Лурии и ведутся в русле теории речевой деятельности (работы А.Н. Леонтьева, А.А. Леонтьева, А.А. Залевской, Ю.А. Сорокина, Е.Ф. Тарасова, В.А. Пищальниковой и др).

Существует большое разнообразие материала для изучения процессов понимания и восприятия, но одним из наиболее интересных, по нашему мнению, является юмор, поскольку этот речевой жанр несет на себе культурную окраску, затрагивает практически все стороны жизни общества, выявляет его ценности и приоритеты. Однако стратегии восприятия юмора и реконструкции ментального образа ситуации, изучению которых посвящена наша работа, сильно разнятся. Дело не только в том, какой номинативный смысл несут слова, а в целом комплексе различных когнитивных процессов, лежащих в основе формирования и мысленной «обработки» высказывания, построения в уме образа ситуации и его изменения.

**Актуальность** исследования обусловливается необходимостью изучения стратегий достраивания образа юмористической ситуации при восприятии шутки у представителей разных лингвокультур для предотвращения коммуникативных неудач в условиях межкультурного общения.

На сегодняшний день сложились три методологических подхода к изучению межкультурного общения: функциональный (основан на методах социологии и психологии, основная цель – показать специфику влияния культуры на коммуникацию, в его рамках разработана теория коммуникационного приспособления), объяснительный (используются методы антропологии и лингвистики, цель – понять и описать, но не предсказать поведение человека) и критический (акцент делается на изучении условий общения: ситуаций, окружающей обстановки, цель – объяснение человеческого поведения, а через него – изменение жизни людей). Эти подходы основываются на различных представлениях о природе человека, его поведении и знаниях. Каждый из них вносит свой вклад в наше понимание процесса межкультурного общения.

В своей работе мы придерживались комплексного лингвокогнитивного (совокупности функционального и объяснительного) подхода в изучении процессов межкультурной коммуникации, что позволило использовать методы лингвистики и психологии в непосредственной взаимосвязи и в результате не только описать, но и

прогнозировать возможные культурно обусловленные особенности воссоздания мысленного образа ситуации.

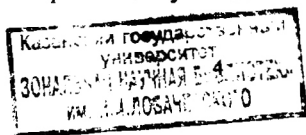
В настоящее время ученые стали обращать более пристальное внимание на развитие культур с точки зрения их взаимодействия (Ю.М. Лотман, Е.Ф. Тарасов, В.В. Красных и др.). Подобные направления развития и закономерности легли в основу проведенного нами межкультурного исследования лингво-когнитивных аспектов выбора стратегий достраивания мысленного образа ситуации американскими респондентами в сопоставлении с реакциями носителей русского языка. Актуальная на данный момент проблема «геополитики дискурса» рассматривается нами на примере юмора (шутки) потому, что, во-первых, юмор присущ всем известным лингвокультурам; во-вторых, в нем отражены практически все аспекты жизни и ценности людей и, в-третьих, культурная маркированность юмора позволяет судить не только о национально-культурной принадлежности индивида, но и о его социальном происхождении, что дает широкое поле для научного поиска.

**Объектом** исследования явились юмористические единицы (шутки) на английском и русском языках; в качестве **предмета** изучения рассматривались стратегии построения мысленных образов, активированных текстами представленных шуток.

Таким образом, **цель** данной работы – установить стратегии, использованные русскими и американскими испытуемыми в процессе воссоздания ментального образа ситуации, заданной шуткой.

В соответствии с целью исследования определены и решены следующие **задачи**:

- рассмотреть особенности юмора (высокая эмоциональность, культурно обусловленная тематика и сценарии, закрепленные формы языкового выражения) и его функционирования;
- выбрать и обосновать методику исследования, которая обеспечит выявление стратегий достраивания мысленного образа ситуаций и позволит проследить причины их культурной обусловленности;
- вскрыть глубинные когнитивные характеристики юмористического общения, типичные для представителей разных культур (русской и американской);
- провести экспериментальное исследование, в ходе которого
  - отобрать материал, соответствующий целям исследования;
  - провести анкетирование информантов и систематизировать полученные ответы;





- провести количественную и качественную обработку полученных данных;
- на основе анализа всех полученных материалов выявить закономерности в ответах респондентов, принадлежащих к контрастирующим лингвокультурам;
- проанализировать и описать выявленные сходства и различия в понимании юмора и использовании стратегий построения ментальных образов;

- обозначить перспективы дальнейшей работы над проблемой понимания и взаимоиинтерпретации юмора.

Поставленные задачи решались с помощью следующих *методик*: эксперимента по «направленной визуализации» (представления образа ситуации, заданного текстом шутки с одной стороны и вопросами для выявления подробных характеристик образа с другой), анализа протоколов ответов, приёмов описания, моделирования, количественного и качественного/смыслового анализа полученных анкетных данных. В эмпирической части исследования использован прием графического представления результатов в виде схем и таблиц.

**Теоретическим основанием** для данного исследования послужили концепция специфики функционирования индивидуального знания А.А. Залевской, теория лингво-когнитивного моделирования речевой деятельности человека Т.Ю. Сазоновой, работы по проблемам «диалога культур» и «геополитики дискурса» (И.Э. Ключанов, Т.Г. Грушевицкая и др.); фундаментальные труды по вопросам восприятия и понимания речевых сообщений (А.Н. Леонтьев, А.А. Леонтьев, Н.И. Жинкин, Е.Ф. Тарасов, Ю.А. Сорокин и др.); а также исследования стратегий понимания (Т.А. ван Дейк, В. Кинч).

**Научная новизна** работы обусловлена использованием шутки в качестве материала для выявления характеристик мысленного образа и стратегий его реконструкции; рассмотрением юмористического дискурса в межкультурном аспекте; применением экспериментальной методики «направленная визуализация» и инновационных методов обработки полученных данных.

**Материалом** исследования послужили результаты трех этапов эксперимента, в результате которого было получено 1680 реакций (по 840 в результате первого (с русскими) и второго (с американцами) экспериментов). Анализу были подвергнуты полученные в результате ответы, занесенные в протоколы.

В результате выполненного исследования **на защиту выносятся следующие положения.**

1. Реконструкция ментального образа ситуации, заданного текстом шутки, осуществляется посредством трех основных стратегий: 1) логическое построение,

2) эмоциональная подоплека, 3) активация культурно обусловленных представлений, каждая из которых проявляется в большей или меньшей степени в зависимости от «близости» контактирующих культур и от представленности в них рассматриваемой тематики.

2. Выбор стратегий зависит от лингвокультурной принадлежности и когнитивной базы индивида в непосредственной взаимосвязи с ментальными структурами сознания, которые «программируют» восприятие поступающей информации.

3. Типичные стратегии воссоздания образов у представителей той или иной культуры реализуются в наиболее частотных реакциях, полученных в результате деятельности по визуализации ситуации шутки. Частотные реакции показывают отличия в смысловом наполнении совпадающих форм и значений в различных лингвокультурах.

4. Несоответствие культурно обусловленных ментальных конструкций хранения знаний (схем, сценариев, стереотипов, эталонов, клише), которые направляют воссоздание мысленных образов, и элементов воспринимаемой информации является одной из причин коммуникативных неудач при межкультурном общении.

5. Шутки как материал для исследования и метод «направленной визуализации» являются эффективным ресурсом для изучения процессов восприятия и создания ментального образа ситуации, фиксация которого недоступна в условиях естественного речевого общения.

**Теоретическая значимость** состоит в том, что данная работа вносит вклад в развитие теории понимания речевых сообщений и межкультурных исследований в недостаточно изученной сфере юмора. Используемая в работе методика позволяет сопоставлять ментальные образы у представителей различных лингвокультур и выявлять различия в их формировании, основанные на взаимосвязи языка, мышления и культуры.

**Практическая ценность** работы заключается в возможности использования полученных данных при подготовке пособий по обучению межкультурному общению русских и американцев, что позволит расширить границы взаимопонимания в сфере юмора. Результаты проведенного анализа представляют интерес для учебных курсов по проблемам психолингвистики и когнитивной лингвистики, а также при обучении коммуникативному поведению и страноведению США. Полученные данные могут быть использованы студентами при работе над курсовыми и дипломными проектами.

**Апробация результатов исследования:** основные положения исследования излагались в виде докладов и обсуждались на конференциях: 1) Международная научная конференция «Славянские языки и культура» (Тула, Тульский государственный педагогический университет им. Л.Н. Толстого 17–19 мая 2007 г.); 2) Четвертая международная научно-практическая интернет-конференция «Русская речь в современном вузе» (Орел, ГТУ, 1 ноября – 22 декабря 2007 г.); 3) Межрегиональная научно-практическая конференция «Лингводидактические проблемы преподавания иностранных языков в школе и вузе» (Краснодар, КГУКИ, 14 февраля 2007 г.); 4) Всероссийская научно-практическая электронная конференция с международным участием «Язык. Коммуникация. Культура» (Курск, Курский гос. мед. ун-т., 21–28 января 2008 г.); 5) II научно-практическая конференция «Язык для специальных целей: система, функции, среда» (Курск, Курск. гос. техн. ун-т., 15–16 мая 2008 г.) и отражены в 8 публикациях общим объемом 1,76 у.п.л.

**Структура диссертации:** работа состоит из введения, двух глав, заключения, библиографического списка и приложений. В приложениях приведены сводные протоколы ответов испытуемых, промежуточные таблицы (из которых видно, как мы обрабатывали полученные данные с точки зрения значений), инструкция и бланки, использованные нами для эксперимента. Список литературы содержит источники на русском и английском языках, а также электронные ресурсы.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **Введении** обосновываются актуальность выбранной темы, определяются объект и предмет исследования, формулируются цель и задачи, описывается методология исследования, оцениваются научная новизна, теоретическая и практическая значимость итогов работы.

В **первой главе «Особенности юмора как речевого жанра и проблемы, связанные с его изучением»** обсуждаются когнитивные структуры, определяющие восприятие юмора, рассматриваются границы юмористического дискурса и основные причины коммуникативных неудач, с ним связанных.

Юмор как речевой жанр мы рассматриваем, вслед за М.М. Бахтиным, В.А. Салимовским, М.Н. Кожинной и др., как некую устойчивую модель речевой деятельности, складывающуюся в определенной сфере общения в зависимости от факторов коммуникативной ситуации. Следуя данному определению, можно выделить пласты речевых жанров, характерных для того или иного дискурса. Поскольку в фокусе настоящего исследования находится юмор, мы обращаемся к его типичным жанрам: шутке, анекдоту, пародии и др.

Шутка является базовым жанром из перечисленных выше (А. Вежбицкая, Т.Ю. Чубарян, Ю.В. Щурина).

Юмор, как категория комического, обладает чертами «карнавальности», переворачивая ценности нашего общества. В его основе обычно заложено противоречие, выказывание чьего-либо превосходства или совмещение несовместимого. Юмор отличается от других видов комического – сатиры и иронии – своей добродушной окраской, однако на современном этапе при возникновении множества гибридных форм комического бывает трудно провести грань между этими разновидностями. Помимо этого, индивидуальное восприятие юмористического произведения, основанное на личном опыте и лингвокультурных знаниях, определяет угол зрения на описанную ситуацию. Таким образом, один и тот же юмористический текст может быть отнесен к разным видам комического представителями разных лингвосоциокультурных групп.

Восприятие юмора, таким образом, со стороны когнитивной составляющей зависит от общности знаковых средств адресата и адресанта и от возможности осознать заложенное в шутку противоречие или несоответствие в силу лингвосоциокультурных характеристик общающихся личностей. Эмоциональный компонент включает в себя юмористический настрой и личный опыт, связанный с затронутой в шутке тематикой.

В первой главе нами было выделено пять групп шуток, использование которых при межкультурной коммуникации может послужить причиной непонимания и конфликта. На основе проведенного анализа шуток мы обозначили основные причины данной проблемы: 1) отличающиеся фоновые знания общающихся, связанные с воспитанием в разных культурах; 2) незнание прецедентных феноменов и художественного искусства контактирующей культуры; 3) различные условия жизни, традиций и национального характера; 4) неосведомленность о табу другой культуры; 5) использование непередаваемых шуток, теряющих смысл на другом языке или основанных на лакунарных понятиях другого языка.

Мысленный образ используется в нашем исследовании как единица анализа процесса понимания и идентификации заложенной в шутку информации. Выбор данной единицы анализа был продиктован возможностью получить от респондентов вербальное описание образа, установить его зависимость от языкового сознания индивида и взаимосвязь со всеми чувственными составляющими. Ментальный образ ситуации характеризуется активизирующими его когнитивными схемами. В процессе «разворачивания» схем сознания человек извлекает информацию из памяти для реконструкции полной картины ситуации, при этом он неосознанно использует определенные стратегии идентификации и достраивания недостающих фрагментов «картинки».

Проблема выявления стратегий реконструкции мысленного образа актуальна на сегодняшний день в связи с возможностью использования полученных данных для минимизации коммуникативных неудач в сфере интенсивно развивающегося межкультурного взаимодействия. В современных научно-исследовательских работах подчеркивается роль «диалога культур» и необходимость разностороннего подхода к его изучению.

Если ранее работы, связанные с юмором, делали акцент либо на семантических и тематических характеристиках юмора, либо на представленности отдельных образов при его восприятии, то в нашем исследовании была предпринята попытка описать когнитивный механизм понимания шутки через рассмотрение схем сознания, активированных ими ментальных образов и примененных при этом стратегий. Стратегии как ментальные процессы, направленные на переработку информации и отвечающие за усвоение, хранение и извлечение информации из памяти, обеспечивают разностороннее «разворачивание» когнитивных схем и заполнение пустых слотов для детальной реконструкции ситуации, заданной определенным стимулом.

В результате анализа обширного теоретического материала был сделан вывод о том, что языковое сознание представителей разных лингвокультур обуславливает различия в образах и картинах мира людей. Мысленный образ формируется на базе когнитивной схемы, состоящей из ряда подсхем. У представителей разных лингвокультур при восприятии информации базовые схемы могут быть одинаковыми, однако наполнение их слотов может сильно отличаться, в результате чего созданный на их основе образ ситуации будет неидентичен. При восприятии шутки основную роль играет не понимание самого контекста, а распознавание комического эффекта сквозь призму национально- и лингвокультурно маркированных знаний.

Во второй главе *«Экспериментальное исследование стратегий реконструкции ментального образа ситуации»* аргументируется выбор методов исследования и даётся описание процедуры проведения эксперимента, анализируются различия и совпадения в полученных визуальных образах, зафиксированных в ответах респондентов американской и русской сторон.

Одним из эффективных способов установления причин межкультурного непонимания и коммуникативных неудач при общении на одном языке представителей разных лингвокультур является выявление стратегий реконструкции ментального образа ситуации, которое осуществлялось в рамках нашего исследования с помощью эксперимента по «направленной визуализации». Для выбранного нами метода исследования мы ввели термин «направленная визуализация», поскольку это более точно отражает сам процесс проведения эксперимента.

Направленная визуализация – это процесс создания мысленного образа, который «направляется» соответствующими вопросами, то есть в ходе эксперимента испытуемые не просто создавали мысленный образ, а потом описывали его (обычная визуализация), а посредством разработанных нами вопросов старались представить интересующие нас детали и дать им описание, «высвечивая» при этом то одни, то другие аспекты ситуации.

Сфера применения разработанного нами метода исследования достаточно широка и может составить основу для дальнейших междисциплинарных сопоставительных исследований в области понимания и ментального представления ситуаций, типичных для различных видов дискурса.

Перед основным экспериментом было проведено два пилотажных, целью которых было отработать представленную нами методику «направленной визуализации» и выбрать тексты шуток, способствующие воссозданию ярких мысленных образов. В итоге после проведения двух пилотажных экспериментов нами были выбраны три шутки.

В наших экспериментах текст шутки используется в качестве стимула, при восприятии которого активируются различные когнитивные структуры. Текст воздействует на сознание, которое вследствие анализа и переработки полученной информации формирует целостный образ ситуации. Доступ к данным о формировании подобного образа можно получить только через слово. Поэтому именно на основании данных, полученных из анкет респондентов, можно было судить о характеристиках созданного образа и стратегиях его реконструкции.

В предпринятом нами исследовании в фокусе внимания находится мысленный процесс создания образа на основе прочитанных шуток, причем в большинстве случаев такой образ выходит далеко за рамки представленной в тексте шутки информации, что свидетельствует о манипулировании когнитивными структурами, активированными представленными текстами.

Поскольку в обычной ситуации прочтения у индивида не возникает необходимости останавливаться на отдельных деталях образов, представленных в шутке, восприятие обычно носит «свернутый» характер и все мелкие компоненты образной стороны не выходят на уровень актуального осознания (остаются на подсознательном уровне ввиду незначительности для понимания юмора). Для нашего же исследования основной интерес представляли именно эти детали, способствующие полному образному воссозданию всей ментальной «картины» шутки.

К каждому из трех выбранных нами текстов был разработан комплекс вопросов, посредством которых возможна апелляция к конкретным аспектам создаваемого испытуемыми мысленного образа ситуации. По нашему замыслу, испытуемые должны были быть поставлены в такую экспериментальную ситуацию, которая позволила бы

по результатам их деятельности по визуализации установить характеристики ментальных образов ситуаций, представленных шутками; выделить использованные когнитивные схемы; определить стратегии, использованные для «дообраивания» образа ситуаций и обозначить причины актуализации отличающихся элементов образов у представителей различных лингвокультур.

Было принято решение провести экспериментальное исследование с использованием актуальных на сегодняшний день информационных технологий, и поэтому тексты шуток и вопросы к ним были оформлены в виде презентации в Power point. Данный выбор был обусловлен возможностью последовательного предъявления вопросов и невозможностью возвращения (повторного прочтения) к тексту шуток. Требовалось обращение только к ментальному образу, что и является сущностью визуализации. Испытуемые были проинструктированы о ходе и целях проводимого эксперимента.

В эксперименте приняли участие 60 респондентов (30 русских и 30 американцев) и в результате было получено и проанализировано 1680 реакций. Испытуемыми, задействованными в первой части основного эксперимента, были студенты факультета иностранных языков 3–5 курсов, изучающие английский язык как основной. Во второй части приняли участие американцы, представители различных профессий и специальностей в возрасте от 18 до 30 лет.

Рассмотрим одну из предложенных шуток, сопряженные с ней вопросы и соответствующие реакции респондентов.

I.- Hey, man, buy some flowers for your girl-friend – I'm freezing here...

- How much are they?

- One hundred each.

- You should dress warmer...

[Молодой человек, купите цветы своей девушке, а то я уже замёрзла здесь стоять...

- А почём цветочки?

- Сто рублей штука.

- Вам нужно теплее одеваться...]

1. What season is it?
2. How old is the man, who is being offered the flowers?
3. What is he wearing?
4. What flowers are offered to the man and what colour are they?
5. Is the man walking alone or with somebody else?
6. Who is selling the flowers: a man or a woman?
7. How old is the seller?
8. How is he or she dressed?

9. Where are the flowers put up for sale?
  10. How many flowers are on sale?
  11. Where is the seller standing?
- [ 1. Какое время года ?  
 2. Какого возраста мужчина, которому предлагают цветы?  
 3. Во что он одет?  
 4. Какие цветы предлагают мужчине и какого они цвета?  
 5. Покупатель идет один или с кем-то?  
 6. Кто продает цветы: мужчина или женщина?  
 7. Какого возраста продавец?  
 8. Как он/она одет(а)?  
 9. Где находятся продаваемые цветы?  
 10. Сколько цветов в продаже?  
 11. Где стоит продавец?]

Судя по ответам, испытуемые хорошо поняли цели и задачи эксперимента, хотя некоторые ответы содержат прагматические и логические ошибки, что свидетельствует о невнимательности или недопонимании сути поставленной задачи либо самой шутки. Например, в анкете 31p (мы пронумеровали все анкеты для удобства повторного к ним обращения, буквой «р» и «а» обозначили анкеты, полученные от русскоязычных и американских респондентов соответственно) на вопрос I.2 (римской цифрой обозначен номер шутки и арабской – номер соответствующего ей вопроса) читаем ответ: 60, 25. Испытуемый/ая скорее всего имел(а) ввиду возраст продавца и покупателя, хотя вопрос касался только последнего. Но, учитывая, что на вопрос о возрасте продавца (I.7) респондент(ка) отвечает 60, мы делаем вывод, что 25 – возраст покупателя.

Обработка полученных результатов проходила в несколько этапов. На первом этапе обработки данных все ответы респондентов на каждый отдельный вопрос были сведены в таблицу под соответствующими номерами. Во второй колонке «количество реакций» каждому ответу соответствовала единица. Затем абсолютно идентичные ответы были объединены в первой колонке и их количество суммировано и отражено во второй графе.

На втором этапе обработки данных была проведена работа со значением каждой отдельной реакции. То есть, несмотря на различные формы экспликации, многие ответы выражают одну и ту же идею только разными словами.

По некоторым анкетам можно проследить логику рассуждений испытуемых, например анкета 5p содержит следующий ответ на вопрос I.2: *“He is young. I guess about 20 years old”*. Здесь идет «разворачивание» образа персонажа и одновременное уточнение характеристик, очевидно сделанное после детальной визуализации ситуации.

По сравнению с русскими испытуемыми американцы при проведении эксперимента оказались в более «выгодном» положении,



поскольку тексты шуток и вопросы были даны на родном для них языке. Несмотря на это, некоторые ответы не соответствуют поставленным вопросам и один из опрашиваемых отказался от реакции (анкета № 16а вопрос I.11.). Кроме этого, во многих анкетах были обнаружены орфографические ошибки (например, анкета №8а вопрос I.3. – *teashirt*).

Процесс мысленного воссоздания ситуации и работа с образами видна по следующим анкетам: №17а I.3. “Not enough evidently” (на вопрос “What is he wearing?”), №21а I.1. “Winter and snowing” (респондент не только отвечает на вопрос “What season is it?”, но и уточняет погоду, образ которой возник у него в сознании при рассмотрении шутки), №21а I.8. “Like a cold hobo” (в отличие от других испытуемых, данный респондент не приводит список вещей, а указывает соответствующий образ героя), №19а I.4. “Plastic-yellow” (обратил на себя внимание необычный цвет, приписываемый цветам).

Восприятие испытуемыми текста шуток началось с самого первого слова нового сообщения, когда еще отсутствовал полный лингвистический текст шутки или ситуация. На этом этапе предшествующий опыт индивида определяет «угол зрения» для установления связи между читаемой словоформой и хранящейся в памяти информацией.

Анализ протоколов визуализации позволяет выделить основные этапы деятельности испытуемых в ходе выполнения поставленной перед ними задачи:

- 1) восприятие информации и перевод текста шутки на уровень ментальных репрезентаций;
- 2) анализ полученного образа сквозь «призму» личного опыта и его «дотраивание», протекающее под воздействием схем, стереотипов и штампов сознания по определенной стратегии;
- 3) вербализация ментальных образов и их занесение в протокол ответов.

Непосредственному восприятию, таким образом, доступны только тексты представленных шуток и письменные ответы респондентов, процесс же работы с образом, высвечивание отдельных его частей и детализация фрагментов имели внутренний характер, о котором можно судить только на основе конечного продукта – текста словесного описания образа в протоколах ответов.

Главным для нас было не только сопоставление реакций носителей разных лингвокультур, но и обнаружение той информации, которая не предоставлялась респондентам в текстах шуток, но была принесена ими в ситуации в процессе «направленной визуализации». Часть информации, на которую опирались участники эксперимента, была заложена в текстах шуток, остальную часть («пробелы» в информации, к которым апеллировали вопросы) испытуемые домысливали и дотраивали сообразно своим мироощущению и миропредставлению. Таким образом,

ситуация, с одной стороны, была задана текстом, а с другой – выстраивалась согласно базе знаний индивидов. При этом немаловажную роль играл эмоциональный фон, связанный с тем или иным опытом респондента.

Мы использовали метод представления наиболее частотных ответов в виде готовых ситуаций, типичных для среднего представителя определенной лингвокультуры. Рэймонд Гиббс впервые применил данный метод для исследования образа, возникающего при восприятии английских метафор [Gibbs 2006].

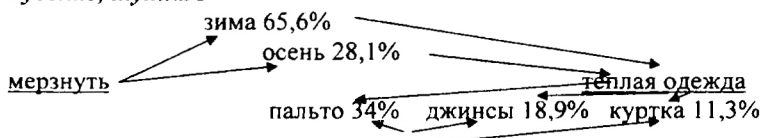
Обращаясь непосредственно к анализу реакций, можно составить наиболее вероятный образ ситуации шутки, типичный для большинства представителей русской лингвокультуры. Для этого мы составили вместе наиболее частотные варианты ответов. Таким образом, ситуация первой шутки предстает следующим образом: *«Как-то зимой молодой человек, лет 20–25, шел один по улице. Он был одет в теплое пальто и джинсы. Когда он проходил мимо магазинов, к нему пристал мужчина средних лет, уговаривая купить красные розы для своей девушки. Продавец, одетый в пиджак и джинсы, явно не соответствовавшие погоде, держал в дрожащих от холода руках несколько букетиков. Узнав стоимость цветов, молодой человек с хорошим чувством юмора решил воздержаться от покупки».*

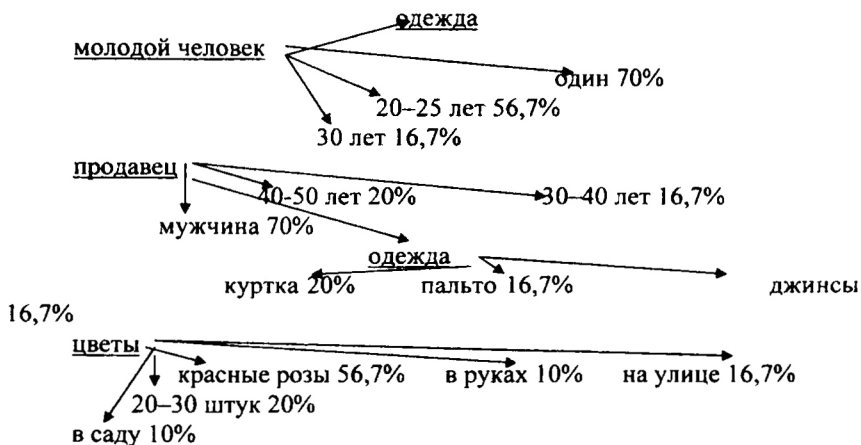
После количественной обработки данных, семантического анализа полученных реакций и составления на основе частотных ответов обобщенных вариантов мысленных образов ситуаций, типичных для участвовавших в эксперименте представителей каждой из лингвокультур, мы выделили ключевые слова из исходных текстов шуток, которые актуализировали схемы полученных образов.

В ситуации первой шутки такими ключевыми словами стали: «мерзнуть», «цветы», «продавец», «молодой человек». Базовые понятия схемы, выделенные нами ниже, – это те элементы образов, которые вышли на уровень сознания в связи с самим текстом шуток, остальные, содержащие детали (возраст, одежда и др.), – поставленными нами вопросами. Однако большая часть информации (многочисленные подсхемы образа) осталась на бессознательном уровне или не была вербализована. Схемы и подсхемы у русских и американцев совпали полностью.

#### Схема 1

##### Русские, шутка 1

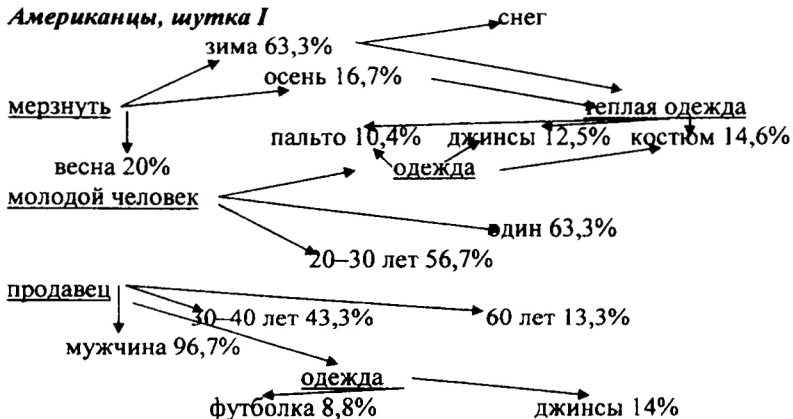


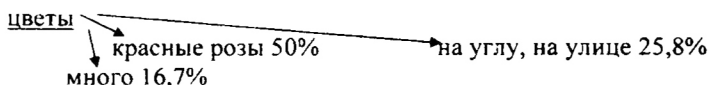


Рассмотрим описания визуальных образов ситуации, полученные в результате второго этапа основного эксперимента с американцами: «*Как-то зимой (когда шел снег) молодой человек, лет 20–30, шел один по улице. Он был одет в теплый костюм или джинсы. Когда он проходил мимо магазинов, к нему пристал мужчина средних лет, уговаривая купить красные розы для своей девушки. Продавец, одетый в оборванные футболку и джинсы, явно не соответствовавшие погоде, предлагал лежащие рядом цветы, которых было достаточно много. Узнав стоимость цветов, молодой человек с хорошим чувством юмора решил воздержаться от покупки.*» Жирным шрифтом мы выделили несовпадающие с ответами русских характеристики образов ситуаций.

## Схема 2

### Американцы, шутка I





Таким образом, процесс создания ментального образа изначально направлялся контекстом шутки, ключевые (смысловые) слова которого послужили причиной активации соответствующих когнитивных схем. Базовые элементы схем и вопросы, направлявшие визуализацию, актуализировали ряд подсхем. Совокупность всех схем и подсхем, относящихся к одной шутке, и составляла образ ее ситуации.

При достраивании визуального образа реципиенты пользовались определенными стратегиями. Как показал анализ, при восприятии шутки испытуемые неосознанно использовали три основные стратегии поиска нужной информации и достраивания с ее помощью юмористической ситуации:

1) логическое построение (все факты, отсутствующие в тексте, логически выводятся из него самого, например, если в шутке №1 сказано, что продавец замерз, следовательно, было очень холодно, это – зима, герои должны быть в теплой одежде и т. д.). Здесь используются общефоновые и энциклопедические знания информантов, и они отвечают на вопрос: «Как это обычно бывает?»;

2) эмоциональная подоплека (распознавание ситуаций, схожих с пережитым из личного опыта, и перенос эмоций и реакций из собственной ситуации в описываемую в шутке, например, в шутке №2 про курение, образ реакции на слова продавца и последующие действия будет зависеть от того, курит ли сам испытуемый и оказывался ли он в подобных условиях). В данном случае респондент обращается к эмоционально закрепленному личному опыту из своей памяти;

3) культурно обусловленные представления (это прослеживается при сравнении описания одежды русскими и американцами, когда у последних почти в каждой анкете находим стандартные и принятые для их культуры «джинсы и футболка», хотя у русских средние показатели реакций на слово «джинсы» не меньше, что также объясняется ассимиляцией данного понятия в нашей культуре). Это знания, «навязанные» родным языком и культурой, в которые входят стереотипы, прецедентные тексты и события, штампы, клише и пр., закрепившиеся в данной культуре ввиду исторических, географических и др. особенностей. То, что на вопрос I.4. и русские, и американцы отдают предпочтение в своих ответах красным розам, тоже, по нашему убеждению, навязано нашими культурами, поскольку красные розы – самые распространенные и привычные цветы для европейцев и американцев, в то время как у жителей государств с сильно отличающимися от наших климатическими и географическими

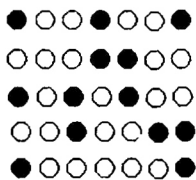
условиями на стимул «цветок» первой реакцией, вероятно, будет не «роза».

Схематично приведенные выше варианты достраивания ситуаций можно представить следующим образом

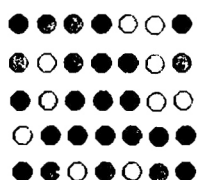
**Схема 3**



**Схема 4**



**Схема 5**



Горизонтальными линиями из кружков на схеме 3 представлены предложения шуток. На схеме 4 черным цветом отмечена изначально данная в тексте определенная информация.

Схема 5 представляет уже всю информацию, участвующую в создании мысленного образа ситуации, поступающую из разных каналов, где ● – исходная информация, ● – логически следующее, ○ – эмоционально обусловленное и ○ – культурно маркированное знание. Таким образом можно представить процесс достраивания ситуации (количественное соотношение кружков разного цвета представлено схематично, оно будет варьироваться в зависимости от шуток и респондентов).

Анализ полученных результатов позволяет сделать вывод о том, что, воспринимая одну и ту же информацию, русские и американцы создавали в своем сознании подобные, но не идентичные образы ситуации, внося свой культурный и индивидуальный контекст. Стратегии реконструкции ментального образа позволили испытуемым заполнить «пустые слоты» согласно своим культурным представлениям и стереотипам. При этом они опирались изначально на языковую информацию, которая активировала соответствующие схемы в их сознании.

Как показал эксперимент, образ шуток у американцев и русских расходится незначительно. Выделенная нами разница заключается в основном 1) в использовании культурно детерминированных элементов в создании образа ситуации (на бессознательном уровне); 2) в разнице смыслового наполнения одинаковых номинальных значений.

Процесс «достраивания» образа юмористической ситуации можно представить так:

поиск ключевого слова → выбор стратегии дальнейшего поиска информации (внутренний, неосознаваемый процесс) → актуализация соответствующей схемы → перенос ее содержания на образ.

Все участники эксперимента независимо от их лингвокультурной принадлежности пользовались через схемы и образы, во-первых, общечеловеческими знаниями. Во-вторых, было обозначено влияние коллективно-культурных доминант, проявившееся в разных процентных соотношениях отдельных реакций на вопросы об образах ситуаций шуток. Индивидуальное знание и база знаний, сформировавшиеся в свою очередь в культурном ключе, оказали несомненное влияние, которое прослеживается в индивидуальных реакциях и репликах, отражающих личностные смыслы.

Осознание значения исходного текста может быть связано с активацией фрагмента чувственного опыта индивида, и в таком случае влияние личностного смысла будет больше, чем воздействие общефоновых и энциклопедических знаний.

Анализ полученных данных о типичных (для каждой из исследовавшихся лингвокультур) образах, возникших в результате деятельности по визуализации, позволяет наметить некоторые тенденции в актуализации определенных схем и видов связей; у испытуемых разных групп наблюдаются также расхождения в степени актуальности отдельных схем и их смысловой наполняемости. На основе предшествующего опыта индивида, непосредственно связанного с лингвосоциокультурными составляющими, у него актуализуется наиболее вероятный (или единственный возможный) минимальный контекст ситуации, который воплощается в соответствующем ментальном образе.

Таким образом, предпринятое экспериментальное межкультурное исследование подчеркнуло ценность шутки как объекта исследования в связи с обширным материалом, получаемым вследствие ее экспериментального применения. Разработанный нами метод «направленной визуализации» позволяет получить бесчисленное количество деталей и характеристик мысленных образов, возникающих у испытуемых в результате восприятия определенной информации. Точно формулируя соответствующие вопросы, исследователь может добиться воссоздания полной картины заданной (любым речевым произведением) ситуации и выявить индивидуально-эмоциональные характеристики полученного образа.

В *Заключении* подводятся общие итоги диссертационного исследования, формулируются основные выводы и намечаются перспективы дальнейшей работы.

*Библиографический список* содержит наименования на русском и английском языках, а также электронные ресурсы. В *Приложениях* приведены таблицы, наглядно отражающие промежуточные результаты эксперимента, инструкции и бланки, использовавшиеся в ходе его проведения.

**Основное содержание и результаты исследования отражены в публикациях автора в рецензируемых научных журналах, включенных в перечень ВАК:**

1. *Хахалина, М.Ю.* Психолингвистическое исследование механизмов восприятия английской шутки [Текст] / М.Ю. Хахалина // Вестник Костромского гос. ун-та им. Н.А. Некрасова / гл. ред. Н.М. Рассадин; Костромской гос. ун-т. – Кострома, 2008. – С. 161–164.

**а также в следующих публикациях автора:**

2. *Хахалина, М.Ю.* Языковое сознание в аспекте межкультурной коммуникации [Текст] / М.Ю. Хахалина // Теория языка и межкультурная коммуникация [текст] : межвузовск. сб. науч. трудов / под ред. Т.Ю. Сазоновой; Курск. гос. ун-т. – Курск: КГУ, 2006. – С. 101–104.

3. *Хахалина, М.Ю.* Организация и некоторые результаты пилотажного психолингвистического эксперимента по исследованию восприятия английской шутки [Текст] / М.Ю. Хахалина // Теория языка и межкультурная коммуникация [текст] : межвузовск. сб. науч. трудов / под ред. Т.Ю. Сазоновой; Курск. гос. ун-т. – Курск: КГУ, 2006. – С. 97–101.

4. *Хахалина, М.Ю.* Некоторые причины коммуникативных неудач в межкультурном общении на примере юмористического дискурса [Текст] / М.Ю. Хахалина // Лингводидактические проблемы преподавания иностранных языков в школе и вузе: материалы межрегиональной научно-практической конференции. Краснодар, 14 февраля 2007 года. – Краснодар, КГУКИ, 2007. – С. 191–196.

5. *Хахалина, М.Ю.* Границы юмористического дискурса с позиций его восприятия и оценки [Текст] / М.Ю. Хахалина // Славянские языки и культура: материалы Международной научной конференции (Тула, 17–19 мая 2007 г.) / Тульский государственный педагогический университет им. Л.Н. Толстого. – Тула, 2007. – С. 7–10.

6. *Хахалина, М.Ю.* Исследование мысленного образа юмористической ситуации [Текст] / М.Ю. Хахалина // Русская речь в современном вузе: материалы Четвертой международной научно-практической интернет-конференции / отв. ред. д.пед.н., проф. Б.Г. Бобылев. 1 ноября – 22 декабря 2007 г., ОрелГТУ. – Орел: ОрелГТУ, 2008. – С. 53–56.

7. *Хахалина, М.Ю.* Психолингвистическое исследование восприятия юмористического текста [Текст] / М.Ю. Хахалина // Язык для специальных целей: система, функции, среда: сб. материалов II науч.-практ. конф. / редкол.: Е.Г. Баянкина [отв. ред.], Л.В. Левина [и др.]; Курск. гос. техн. ун-т. – Курск, 2008. – С. 217–219.

8. *Хахалина, М.Ю.* Теоретические основы понимания юмора другой культуры [Текст] / М.Ю. Хахалина // Сборник материалов Всероссийской научно-практической электронной конференции с международным участием «Язык. Коммуникация. Культура» (21–28 января 2008г.) / Курский гос. мед. ун-т. – Курск, 2008. – С. 479–484.

Хахалина Марина Юрьевна

**Стратегии реконструкции ментального образа ситуации (на примере  
шутки)**

*Автореферат*

Лицензия на издательскую деятельность  
ИД № 06248 от 12.11.2001 г.

Подписано в печать 14.01.2009 г.  
Формат 60x84/16. Печать офсетная. Бумага офсетная.  
Тираж 100. Заказ № *1970*

Издательство Курского государственного университета  
305000, г. Курск, ул. Радищева, 33

---

Отпечатано в лаборатории информационно-методического  
обеспечения КГУ